

CRIF TÜRKİYE ÜLKE MÜDÜRÜ SELİM TEZEL

Salgın sürecinde KOBİ'lerin e-ihracata ilgisi arttı, veriyi etkin kullanan dünyaya açılacak

200 ülkeden 160 milyondan fazla şirket bilgisinin yer aldığı online platformumuz "D&B Hoovers" ile ihracatçı şirketlere, potansiyel müşterilerini tespit edebilecekleri ve verimli bir şekilde yeni fırsatlar yakalayabilecekleri global veri tabanı sunuyoruz.



Dünya, bir yandan Covid-19 ile mücadelesine devam ederken diğer yandan da salgın nedeniyle daralan ekonomik aktivitenin canlanması için yoğun çaba içerisinde. Dünya Ticaret Örgütü, Nisan ayı değerlendirmesinde salgın nedeniyle küresel ticaretin yüzde 13 ile yüzde 32 arasında daralacağına dikkat çekmişti. Gerek Dünya Ticaret Örgütü'nün bu tahmini, gerekse Uluslararası Para Fonu, Dünya Bankası gibi kurumların açıkladığı ekonomiye dair tahminler, küresel ekonomi-ticarette dramatik bir daralmaya işaret ediyor. Neredeyse tüm sektörleri kapsayan geniş bir etki söz konusu. Başta ABD Merkez Bankası (FED), Avrupa Merkez Bankası (ECB) olmak üzere dünyanın önde gelen merkez bankalarının salgının söz konusu olumsuz etkilerini azaltmak için para musluklarını tarihte eşine pek rastlanmadık ölçüde sonuna kadar açtıklarını görüyoruz. Merkez bankalarının yanı sıra ülkeler de maliye politikalarıyla (çeşitli destek paketleri) yaşadıkları ekonomik sorunları aşmaya çalışıyor.

Diğer yandan, dünya ticaretini dramatik bir şekilde etkileyen salgın, uzun yıllardır oluşturulan küresel tedarik zincirini de bozdu. Hem talep hem de arz tarafında yaşanan bozulmalardan darbe alan küresel tedarik zincirinin eski günlerine dönmesi ve/veya döndürülmesi kolay olmasa da yeni bir yapılanma kaçınılmaz görünüyor. Türkiye gerek coğrafi konumu gerekse çeşitlilik arz eden üretim yapısı ile yeniden yapılanma durumunda olan küresel tedarik zincirinde daha fazla rol alma fırsatına sahip ülke-





lerden biri. Tedarik zincirini yeni dönemin ihtiyaçlarına uygun bir şekilde kamu-özel işbirliği ile etkin planlamamız ve zaman kaybetmeden uygulamaya geçmemiz lazım.

KOBİ'lerimizin durumunu detaylı bir şekilde ele almadan e-ticaretteki durumu Türkiye ve küresel ölçekte ortaya koymakta yarar var. Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD) raporuna göre, e-ticaret sektörü 2019 yılında, yüzde 39 büyüme ile 83.1 milyar TL'lik hacme ulaştı. E-ticaret pazarında perakende 44.9 milyar TL'lik bir yer tutarak bir önceki seneye göre yüzde 43 büyüme gösterdi. Dünya çapında ise perakende e-ticaret satışları 2019'da 3.53 trilyon ABD dolarına ulaştı, bu rakamın 2023'e kadar 6.54 trilyon ABD doları olması bekleniyor. Salgın dönemi online alışverişin dünya çapında en popüler çevrimiçi etkinlik haline gelmesi de gösteriyor ki, gelecek dönemde gerek Türkiye gerekse küresel ölçekte e-ticarette beklentilerin de üzerinde bir büyüme göreceğiz. Türkiye'nin bu küresel fırsatlardan yararlanmasının yolu da doğal olarak e-ihracattan geçiyor, özellikle KOBİ'lerin dünyaya açılmasında itici güç e-ihracat olacak.

Türkiye'de ilçesinin sınırlarının dışına dahi çıkmayan KOBİ'ler var

Türkiye ekonomisinin temel dinamiğini oluşturan KOBİ'lerin durumuna baktığımızda ise öncelikle salgın sürecinde e-ticaret/e-ihracata ilginin arttığını görüyoruz. E-ticarete olan yönelim artışını CRIF Türkiye olarak Covid-19 salgını sürecinde tedarik zincirinde yaşanan sorunlar, yeni dönemde pazarların durumu ve fırsatlara ilişkin, ihracatçılara ışık tutmak amacıyla düzenlediğimiz 'Potansiyel Pazarlarda Hedef Müşteri Tespiti' başlığı ile web konferanslara gösterilen ilgiden de gördük. Bu ilgi bize KOBİ'lerin de e-ihracatın önemini anlamaya başladıklarını gösteriyor. Önümüzdeki yıllarda e-ihracata odaklanmış şirketlerin sayısının hızla artacağına inanıyoruz. Ancak Türkiye'de dünyanın dört bir yanına açılan KOBİ'ler olduğu gibi, ilçesinin sınırlarının dışına dahi çıkmayan KOBİ'ler de bulunuyor. Salgın döneminde artan dijitalleşmenin de etkisiyle e-ticaret her gün katlanarak büyüse de rekabetin arttığı bir dünyada bu tür KOBİ'lerin gelecekte ayakta kalmaları mümkün değil. Dünya e-ticarete koşarken bizim, bu oyunun dışında kalmamız düşünülemez. Geleneksel yöntemlerle ticaret yapan şirketler, önümüzdeki dönemde bırakın başka bir ülkeye ürün satmayı, kendi ilçesinin sınırını bile aşamayacak. KOBİ'lerimizin dünyaya açılmak için e-ticaretin olanaklarını kullanarak öncelikle kendi ilçesinden, buldukları ile ve Türkiye'ye açılmaları lazım. Yapılan araştırmalar, dijital teknolojilerden yararlanmayan şirketlerin kendi

Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD) raporuna göre, e-ticaret sektörü 2019 yılında, yüzde 39 büyüme ile 83.1 milyar TL'lik hacme ulaştı. E-ticaret pazarında perakende 44.9 milyar TL'lik bir yer tutarak bir önceki seneye göre yüzde 43 büyüme gösterdi. Dünya çapında ise perakende e-ticaret satışları 2019'da 3.53 trilyon ABD dolarına ulaştı, bu rakamın 2023'e kadar 6.54 trilyon ABD doları olması bekleniyor.

pazarında olduğu gibi küresel ticaretten de yeterince faydalanamayacaklarına işaret ediyor. Bu noktada tüm şirketlerimizin dijital teknolojilerin sunduğu yeni olanaklardan yararlanarak alternatif tedarik kaynakları geliştirmesi çok önemli. Ayrıca Türkiye'nin, ihracata dayalı büyüme yolculuğunda, geleneksel yöntemlerle birlikte dijital platformları da kullanarak (hem B2B hem de B2C), ihracat potansiyelini mevcut durumdan çok daha ileri taşıma imkanlarına sahip olduğunu düşünüyoruz. Başka bir ifadeyle de olsa tekrar edersek; Türkiye'nin küresel ticaretin yeni dönem fırsatlarından yararlanmasının yolu e-ihracattan geçiyor, özellikle KOBİ'lerin dünyaya açılmasında itici güç e-ihracat olacak. Nitekim hükümetin başta KOBİ'ler olmak üzere tüm şirketlerin küresel değer zincirine entegrasyonu hedefi kapsamında, dış pazarlara açılması ve e-ihracat kapasitelerinin geliştirilmesi anlamında çeşitli destek mekanizmalarını hayata geçirdiğini görüyoruz. Türkiye, dijitalleşme ve e-ihracata odaklı yatırımlarla fırsatlarını iyi değerlendirebilmesi durumunda ise yeni bir ekonomik büyüme hikayesi yazabilme şansı yakalayacak.

Başarının yolu veriyi etkin kullanmaktan geçiyor

E-ihracatta başarılı olmanın yolu ise veriyi etkin

kullanmaktan geçiyor. Bugün artık müşteri veli-nimet değil veri-nimet haline geldi. Rekabetçi piyasa şartlarında kazanmak, yaratıcı hamlelerin yanı sıra zamanında alınan sağlıklı kararlarla mümkün olabiliyor. Özellikle hızlı değişen pazarlarda ve kâr marjlarının küçüldüğü alanlarda veriye dayalı yönetim, aynı hızda gelişen teknoloji ve analiz yöntemleri ile işletmelere, daha isabetli kararları hızlı almalarına yardımcı olacak ve katma değer yaratacak yenilikleri mümkün kılacak potansiyeli sağlıyor. Şirketlerin, müşteri deneyimini en iyi şekilde kullanmaları için zaman kaybetmeden satış, sipariş, ürün müşteri davranışı ve geri bildirim verilerinin bir araya getirilebileceği ve gerçek zamanlı karar almayı sağlayacak altyapı ve süreçleri tasarlaması lazım.

Veriyi etkin kullanmak e-ihracat ve e-ticarette şirketlere nasıl bir fayda sağlayacak?

- Tedarikçilerinin ticari ve finansal risklerini veriler doğrultusunda değerlendirerek ticari risklerini minimuma indirmeleri
- Verilere dayanarak alınan kararlar sayesinde, riskleri azalacağı için ticaretini daha sürdürülebilir hale getirmeleri
- Kredi kararlarını daha çabuk ve güvenilir olarak alabilmeleri
- Müşteri adaylarından hangilerinin daha az risk





ile daha çok kâr getireceğini öngörerek doğru müşterilere odaklanabilmeleri

Dijitalleşmenin yarattığı değişim dünya ticaretinde online kanalların güçlenmesini beraberinde getirdi. Bu durum şirketlere bir yandan rekabet avantajı sağlarken, diğer yandan yerel pazarlarda yeni rakiplerle rekabeti getiriyor. Geçmişte nasıl mağaza açarak satış yapıyorsak bugün online mağazalarda eski yöntemlerle satış yapıyoruz. Ama çok önemli bir farkla, fiziki mağazalarda az da olsa müşterimizi tanıyabiliyoruz, online mağazacılıkta böyle bir imkan yok. Ancak veriyi doğru okuyabilen şirketler; talepteki değişimden, ödeme şekil ve şartlarına kadar müşterisini tanıma ve ona özel kampanya ve ödeme koşulları sunabilme imkanına sahip olacak. Son olarak bugün ve gelecekte doğrudan nihai tüketiciye ulaşma amacıyla olan markalar, ancak veri analizleri ile etkin müşteri yönetimi gerçekleştirerek rekabette öne çıkabilirler.

CRIF Türkiye KOBİ'leri dünyaya açıyor

CRIF Türkiye olarak, online platform ve çözümlerle KOBİ'ler başta olmak üzere ihracatçıları dünyaya açıyoruz. 200 ülkeden 160 milyondan fazla şirket bilgisinin yer aldığı online platformumuz "D&B Hoovers" ile ihracatçı şirketlere, potansiyel müşterilerini tespit edebilecekleri ve verimli bir şekilde yeni fırsatlar yakalayabilecekleri global veri tabanı sunuyoruz. "D&B Hoovers" ile ihracatçılarımız, birkaç dakika içerisinde dünyanın dört bir yanında müşte-

rilerini nokta atışı olarak bulabiliyor. Türkiye'nin her bölgesinden ve farklı sektörlerden ihracatçılarımızın kullandığı "D&B Hoovers" platformu, yurt dışı müşteri bulma süreçlerini daha verimli ve kârlı hale getiriyor. Ayrıca ihracatçılarımıza buralardaki bütün şirketler için CRIF Ticari Bilgi raporları da sunabiliyoruz. İhracatta başarılı olmak için doğru hedef pazarın belirlenmesi, gerçek potansiyel müşterinin bulunması ve bu müşterilerin iflas, ödeme risklerinin değerlendirilmesi gerekiyor. CRIF Türkiye olarak şirketlere hedef pazarın, potansiyel müşterinin bulunması ve firma riskinin ölçülmesi konularında doğru ticari bilgilerle çözümler sunuyoruz. Satış pazarlama ve risk çözümlerimizle ihracatçıların doğru pazarlarda hedef şirketlere ulaşmalarını, doğru iş birliği yapmalarını sağlıyoruz.

Küresel trendleri değerlendirdiğimizde ise CRIF Türkiye olarak bu yeni dünyaya hazırlanmak adına, Türkiye'de yerleşik Fintech'lerle iş birliklerimiz söz konusu. HASO (Hemen Al Sonra Öde) Platformu ile 2019 yılı başından beri B2C alanında öncelikle e-ticaret firmalarına açık hesap ve taksit kararının verildiği uygulamaların geliştirilmesinde işbirliği

HASO (Hemen Al Sonra Öde) Platformu ile 2019 yılı başından beri B2C alanında öncelikle e-ticaret firmalarına açık hesap ve taksit kararının verildiği uygulamaların geliştirilmesinde işbirliği yapıyoruz. Online alışverişlerde firmalar, bireylerin onayı ile onların değerlendirmesini yapıp sepet tutarı ve ürüne de bağlı olarak açık hesap taksitlendirme yapabiliyorlar, tahsilat süreçlerini yönetebiliyorlar.

yapıyoruz. Online alışverişlerde firmalar, bireylerin onayı ile onların değerlendirmesini yapıp sepet tutarı ve ürüne de bağlı olarak açık hesap taksitlendirme yapabiliyorlar, tahsilat süreçlerini yönetebiliyorlar. E-ticaretteki tek taraflı güven çift taraflı hale gelirken, iade işlemlerinden kaynaklanan ek iş yükleri de ödeme 1 ay sonra başladığı için or-



tadan kalkmış oluyor. Benzer uygulamaların yakın zamanda uygulamalar vasıtası ile perakende sektöründe mağazalarda da aktif olmasını bekliyoruz. Aynı platform ile B2B alanında da önemli işbirliklerimiz var.

Başta KOBİ'ler olmak üzere tüm şirketler; bilgiye ve veri analizine dayalı şirket yönetim anlayışı geliştirilmesini yanı sıra yerel alacak sigortasından faydalanması (Devlet Destekli Ticari Alacak Sigorta Sistemi) ve finansal okuryazarlığı artırması çok önemli. CRIF Türkiye olarak Devlet Destekli KOBİ Kredi Alacak Sigortası sisteminde de aktif rol alıyoruz. Bankalar, finansal kurumlar ve alacak sigorta şirketlerininin KOBİ değerlendirme süreçlerinin oluşturulması, izlenmesindeki tecrübesi ile iyi sektör uygulamalarına anında erişim olanağına sahibiz. Bundan dolayı da KOBİ'lere yönelik alacak sigortası modelinin hızlıca uygulamaya geçilmesinde önemli bir rolümüzün olduğunu söylemek mümkün. Bu sistem çerçevesinde KOBİ'lere atanan skorun belirlenmesinde kullanılan risk değerlendirme modelinin algoritmaları CRIF danışmanları tarafından Türkiye şartlarına uygun olarak global standartlarda geliştirildi.

CRIF Türkiye veritabanında 200'ün üzerinde ülkeden 330 milyon firma yer alıyor

1988 yılında İtalya'da faaliyete geçen CRIF, sağladığı kredi bilgi ürünleri, hizmetleri ve çözümleri

ile finansal ve ticari kuruluşlar ile tüketicilerin karar alma süreçlerine hızlı ve etkin bir şekilde destek olmayı hedefliyor. CRIF, 50'den fazla ülkede 6.300'ün üzerinde banka, kredi birliği, finansal ve finansal olmayan kuruluşa hizmet veriyor, ayrıca 20 ülkede kredi kayıt bürosu olarak faaliyet yürütüyor. 2019 yılında CRIF'in toplam cirosu 557 milyon Euro'ya ulaştı. Grubun İtalya ve dünyadaki ofisleri ve iştirakleri ile çalışan sayısı 5.000'in üzerinde. CRIF Türkiye olarak da firmaların bilgiye dayalı kararlar alabilmelerini sağlayan katma değerli çözümler sunuyoruz. Global olarak 200'ün üzerinde ülkeden 330 milyon firmanın yer aldığı veri tabanı ile müşterilerimizin yurtiçi ve yurtdışında potansiyel müşteriler ve tedarikçiler bulmasına destek oluyoruz. Aynı zamanda ticari ilişki içinde buldukları veya ticari ilişkiye girecekleri firmalar hakkında risk raporları sağlıyor ve böylelikle ticari kuruluşların karar alma süreçlerine hızlı ve etkin bir şekilde destek oluyoruz. Bilgiye dayalı erken uyarı sistemi ile şirketlerin olası bir sorunu önceden fark edip, çözüm yolları bulabilmelerine de imkân sağlıyoruz. Türkiye'de yerleşik 1.5 milyon ticari firmadan oluşan veri tabanı ile CRIF Türkiye olarak, müşterilerimize iş geliştirme ve planlama alanında, müşteri değerlendirmesinde, portföy yönetiminde ve alacak yönetimi konularında hizmet veriyoruz. Ayrıca 150 bin şirkete ise aktif olarak izliyor; aylık 6.000 firma raporu hazırlıyoruz. **FD**